

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Нетребін В.О., гр. ЕПМ-13

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Бужимська К.О.**
Житомирський державний технологічний університет

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість та ефективність адаптації підприємства до умов конкурентного середовища. У зв'язку з цим обґрунтування підходів до її дослідження з метою подальшої розробки системи управління конкурентоспроможністю підприємств є актуальним. Ключове положення в економіці України займають промислові підприємства. Це обумовлено тим значенням, яке має промисловість у структурі національної економіки. Тому проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств на ринку є важливими як у сучасних умовах, так і в майбутньому.

Особливої гостроти ця проблема набуває в умовах посилення інтенсивності конкуренції на окремих ринках, де від підприємств-виробників продукції потрібно постійно відслідковувати зміни попиту, вартості сировинних ресурсів, а питання рентабельності активів прямо залежить від ступеня використання новітніх підходів у сфері стратегічного менеджменту та стратегічного маркетингу.

Ефективне управління будь-яким підприємством у ринковому середовищі зосереджується на трьох головних питаннях: 1) які позиції наше підприємство посідає сьогодні; 2) якого становища ми повинні досягнути завтра; 3) яким способом це найкраще зробити. Отже, вихідним пунктом аналізу є правильне визначення поточних позицій підприємства на ринку, показників його господарсько-фінансової діяльності, сильних і слабких сторін. Але для того, щоб це зробити, необхідно правильно визначити базу і критерії порівняння, адже стратегічна позиція підприємства у ринковому середовищі – це його позиція щодо конкурентів.

Таким чином, забезпечення конкурентних переваг підприємства необхідно розглядати як одне з найважливіших стратегічних завдань підприємства, а їх аналіз та оцінку – як засіб управління та підвищення конкурентоспроможності підприємства на перспективу. Результати оцінки впливу як позитивних, так і негативних факторів необхідно реалізовувати в оригінально визначених конкурентних перевагах, які передбачають використання нових можливостей зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, мінімізацію ризиків.